

Стайкуца С.В.

кандидат філософських наук, доцент;

Нігрєєв В.О.

студент;

Івахненко М.С.

студент,

Одеська національна академія зв'язку імені О.С. Попова

ЩОДО ЗАСТОСУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ РОЗВІДКИ В ІНФОРМАЦІЙНИХ ПРОЦЕСАХ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Бізнес-середовище сучасного підприємства базується на інформації. Бази даних (наприклад, 1С) з даними про клієнтів, контрагентів і співробітників, електронний документообіг, пошта та месенджери, офісне та спеціалізоване ПЗ, ноутбуки та планшети, необмежений доступ до глобальної інформаційної мережі, аспекти віддаленої роботи вже давно стали звичними атрибутами сучасної компанії. При цьому прогнози на найближчі 25 років від Google, Microsoft, Apple та інших транснаціональних компаній говорять про подальше геометричне зростання кількості інформації. Збільшення обсягів інформації (big data) буде висувати нові вимоги до бізнесу – робота з великими масивами даних, впровадження нових технологій і сервісів, аналітика, вивчення конкурентів методами і засобами глобальної мережі, робота з репутацією, навчання персоналу [1]. При цьому, «...знаходячись в умовах жорсткої конкуренції, рішення, що приймаються керівниками підприємства, повинні бути ретельно продуманими і обґрунтованими. Проте, досить часто, у керівника компанії для цього обмаль часу, а у співробітників компанії відсутні гідні навички» [2, с. 99]. Істотно підвищити ефективність роботи з інформацією, виявити внутрішні і зовнішні ризики, оптимізувати корпоративний інформаційний простір можна методами і засобами конкурентної розвідки.

Конкурентна розвідка – збір і обробка даних з різних джерел для вироблення управлінських рішень з метою підвищення конкурентоспроможності комерційної організації, що проводяться в рамках закону і з дотриманням етичних норм (на відміну від промислового шпигунства). Даний вид інформаційно-аналітичної роботи дозволяє збирати інформацію про юридичних і фізичних осіб без застосування специфічних методів оперативно-розшукової діяльності, які є виключною прерогативою державних правоохоронних органів і спеціальних служб. Основним призначенням системи конкурентної розвідки (КР) виступає:

- забезпечення керівництва достовірною, об'єктивною і повною інформацією про наміри контрагентів, сильних і слабких сторонах конкурентів;
- збір даних, що дозволяють впливати на позицію опонентів у ході ділових переговорів;
- оповіщення про можливе виникнення кризових ситуацій.

Першочергові завдання конкурентної розвідки представлено на рис. 1. Варто пам'ятати, що суть конкурентної розвідки полягає в умінні передбачити політику конкурента і випередити його, прийнявши превентивні заходи.

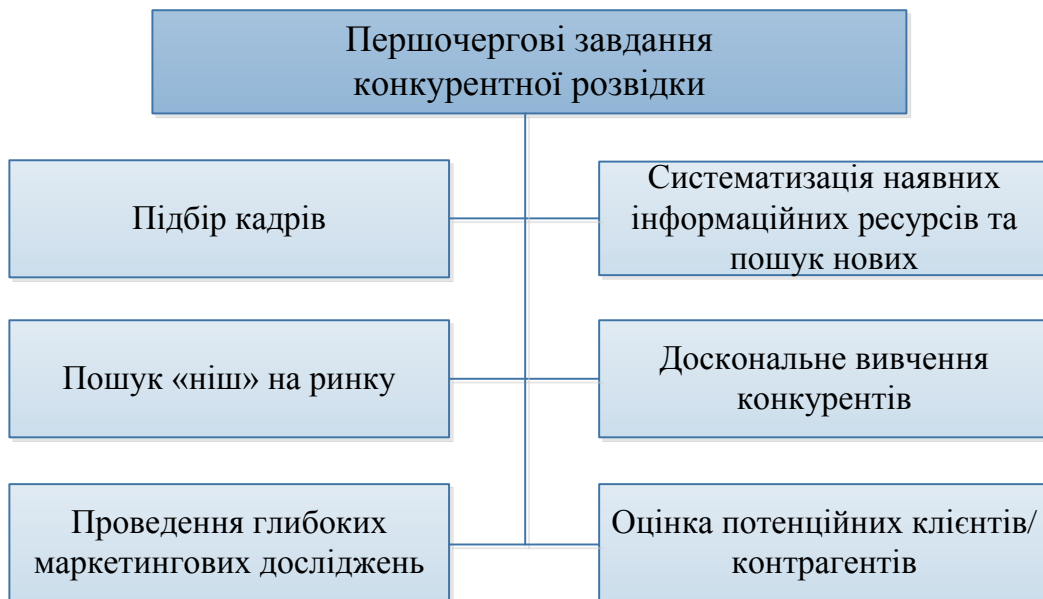


Рис. 1. Першорядні завдання конкурентної розвідки

Актуальність застосування конкурентної розвідки в інформаційному полі підприємств Україні підтверджується різними факторами, до яких можна віднести інформаційне перевантаження, швидке зростання темпів ділового життя, агресивну конкуренцію, сильний вплив політичних та соціальних змін, швидку зміну технологій тощо.

Оснoву системи конкурентної розвідки становить розвідувальний цикл, що полягає в послідовній реалізації чотирьох нижчезазначених етапів. При цьому, алгоритм проведення конкурентної розвідки включає:

- визначення цілей, потреб і завдань КР (планування);
- збір даних;
- аналіз даних;
- надання результатів (висновків і рекомендацій) вищому керівництву.

Ключові питання, на які повинна давати відповідь конкурентна розвідка, наведено на рис. 2.



Рис. 2. Ключові питання конкурентної розвідки

Для правильної інтерпретації параметрів корпоративного інформаційного середовища та підвищення ефективності прийняття стратегічних рішень потрібно збирати таку інформацію, яка дозволить професіоналам провести строгий і чіткий аналіз цих розвідувальних даних. Існує декілька основних методів, які використовуються при проведенні конкурентної розвідки [3]. До таких відносяться:

- метод альтернативних фіналів (Alternative Outcomes);
- аналіз можливостей (Opportunity Analysis);
- метод аналізу від противного (Linchpin Analysis);
- метод аналізу подій (Event Analysis);
- аналіз конкуруючих гіпотез (Analysis of Competing Hypotheses).

У своїй діяльності при проведенні конкурентної розвідки аналітики користуються рядом інструментів, спрямованих на підвищення ефективності роботи, глибину обробки інформаційних запитів і зниження тимчасових витрат. При цьому інструменти можуть змінюватися в залежності від цілей і завдань, поставлених перед аналітиком. Вибір конкретного інструменту КР – це кореляція цілей, завдань, бюджету та тимчасових факторів керівництва компаній. Так, деякі інструменти дають можливість працювати з сайтами конкурентів, відстежувати зміни контенту, згадки, працювати зі структурою сайтів, брати інформацію із архівних ресурсів, інші – проводити моніторинг соціальних мереж.

Одним із стандартних методів для збору інформації виступає робота з відкритими джерелами даних (OSINT). Традиційно, фахівці збирають і аналізують інформацію зі ЗМІ, публічних звітів, офіційних даних, матеріалів прес-конференцій, професійних звітів, конференцій, доповідей, статей. Ключовими факторами для успішного аналізу є чітке розуміння цілей аналізу, неупередженість, збір інформації з максимально можливої кількості відкритих

джерел, застосування коефіцієнтів (ваги) до кожної інформації та грамотний аналіз отриманої інформації. Детально про методи OSINT можна ознайомитись в літературі Е. Ющука [4], Дороніна [5], а також в матеріалах, представлених в блогах, роликах і презентаціях таких експертів, як Д. Золотухін [6], А. Масалович [7], А. Лукацький [8] та інших.

Варто відзначити, що при роботі з великими обсягами даних можуть використовуватися системи підтримки прийняття рішень (СППР). СППР виконують 2 основні завдання, до яких відносяться вибір найкращого рішення з безлічі можливих (оптимізація) та впорядкування можливих рішень за перевагами (ранжування). Правильний вибір ССПР залежить від цілей, задач та обраних критеріїв (універсальність або сегментованість рішення). До найбільш розповсюджених ССПР відносяться такі ПЗ, як ICEBERG, PMS, FOCUS, CIS, PIMS, ISDS, MAUD, Экспресс, Симплан, Прожектор тощо [2].

Список використаних джерел:

1. Стайкуца С. В. Стратегия выживания / Сергей Владимирович Стайкуца. // Бизнес и безопасность. – 2016. – С. 32–33.
2. Стайкуца С. В. Методи і технології підтримки прийняття рішень / С. В. Стайкуца, М. С. Івахненко. // Радіоелектроніка та молодь у ХХІ столітті. – 2017. – С. 99–100.
3. Саука К. Инструменты и методы получения данных в конкурентной разведке [Електронний ресурс] / Кеннет Саука // Элитариум. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.elitarium.ru>
4. Ющук Е. Интернет-разведка. Руководство к действию / Евгений Ющук. – Москва: Издательство деловой литературы «Вершина», 2006.
5. Доронин А. И. Бизнес-разведка, 5-е издание / А. И. Доронин. – Москва: Ось-89, 2009. – 245 с.
6. Конкурентная разведка [Електронний ресурс] // Сайт Дмитрий Золотухина – Режим доступу до ресурсу: <http://razvedka.in.ua/>
7. Масалович А. И. Конкурентная разведка на основе Интернет [Електронний ресурс] / Андрей Игоревич Масалович // SlideShare. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.slideshare.net/ArtemAgeev/ss-45875484>.
8. Бизнес без опасности [Електронний ресурс] // Блог Алексей Лукацкого – Режим доступу до ресурсу: <http://lukatsky.blogspot.com/>.

Ярмола В.Г.

студент,

Навчально-науковий інститут інформаційної безпеки,

Національна академія Служби безпеки України

ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «КІБЕРБЕЗПЕКА»

Кібербезпека виникає у сферах інформаційної та традиційної безпеки для боротьби з різким зростанням кіберзлочинності та в деяких випадках за наявності ознак кібервійни. Кібербезпека охоплює захист інформаційних активів шляхом боротьби зі загрозами безпеці інформації, яка обробляється,